

Pemanfaatan Consumer Insigth Research Via Ethnography dalam Desain Produk

Nama : Faradinnita Akhsani

NIM : L2H 006 024

ABSTRAK

Keinginan konsumen yang semakin dinamis dan berubah-ubah untuk menunjang kebutuhan dan aktivitas mereka, membuat produsen berbagai produk harus berfikir ekstra dan siaga untuk merespon setiap perilaku konsumen. Pasar dan perilaku konsumen hari ini tidak sama lagi dengan beberapa puluh tahun lalu. Dalam menentukan keputusan konsumsi, konsumen semakin banyak dipengaruhi berbagai faktor yang kerap kali tidak terekam oleh jawaban-jawaban kuisisioner survei, bahkan wawancara. Tujuan dari penelitian ini adalah menerapkan metode etnografi sebagai pendekatan dalam mendesain produk, sehingga tercapai pemenuhan consumer needs and wants.

Etnografi yang merupakan ilmu tentang budaya manusia, masih jarang diangkat sebagai pendekatan dalam desain produk. Dalam penelitian ini akan diteliti bagaimana menangkap consumer insight secara natural dan efektif dengan etnografi, dan penerapan hasil etnografi dalam desain produk sehingga didapatkan spesifikasi produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Nantinya output etnografi akan dijadikan input dari value engineering sebagai tahapan desain.

Hasil dari penelitian ini adalah desain produk tempat makan yang sesuai dengan consumer needs and wants. Dimana konsumen merupakan sorang mahasiswa / pelajar.

Kata kunci : Etnografi, desain produk, value engineering, tempat makan.

ABSTRACT

Consumers needs are increasingly dynamic and changing to support their activities, it make manufacturer of a variety of products have to think extra and stand-by to respond to consumer behavior. Market and consumer behavior is no longer the same day with a few decades ago. In determining consumption decisions, consumers are more and more influenced by various factors that often are not recorded by the survey questionnaire answers, and even interviews. The purpose of this research is to apply ethnographic methods as an approach in designing the product, in order to reach fulfillment of consumer needs and wants.

Ethnography is the study of human culture, is still rarely raised as an approach in product design. This research will study how to get consumer insight naturally and effectively with the ethnography, and the application of ethnography in product design so obtained product specification in accordance with the wishes and needs of consumers. Later ethnographic output will be used as input of value engineering as the design stage.

The results of this research is the design of places to eat products that match with consumer needs and wants. Where the consumer is student..

Keywords: ethnography, product design, value engineering, places to eat.